

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Sektor keuangan Indonesia mencapai tonggak sejarah pertamanya dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia yang resmi berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia di Istana Negara.

BSI merupakan hasil penggabungan PT BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Pada 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyetujui penggabungan tiga bank syariah melalui surat No.SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, Presiden Joko Widodo resmi mendirikan BSI pada 1 Februari 2021.

Kepemilikan BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85% dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) 17,25%. Sisa sahamnya dimiliki oleh pemegang saham lain yang masing-masing memiliki kurang dari 5%.

Penggabungan ini menggabungkan kekuatan tiga bank syariah dan menawarkan layanan komprehensif, cakupan lebih luas, dan peningkatan modal kerja. Berkat kerja sama dan komitmen perusahaan

melalui Kementerian BUMN, BSI termotivasi untuk bersaing di pasar global.

BSI dimaksudkan sebagai simbol kebanggaan bagi umat, dengan harapan akan menjadi penggerak baru dalam pertumbuhan perekonomian negara dan memberi peran yang signifikan terhadap kemakmuran penduduk. Keberadaan BSI juga menunjukkan citra perbankan syariah di Indonesia yang kontemporer, inklusif, dan memberi manfaat kepada semua orang (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Potensi bagi Bank Syariah Indonesia agar senantiasa maju dan bergabung dengan golongan perbankan syariah ternama secara universal sangatlah tinggi. Disamping dari perkembangan optimis dalam kinerja, sokongan yang diberikan oleh pemerintahan di Indonesia terhadap pembentukan ekosistem sektor halal dan pembangunan bank syariah nasional yang monumental dan stabil menjadi faktor utama. Tidak hanya itu, kenyataan bahwa Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia juga membuka peluang besar bagi BSI.

Didalam kondisi seperti ini, peran BSI menjadi sangat penting. Bank ini tidak hanya menjadi penggerak utama kegiatan perekonomian seluruh sektor halal, namun juga merupakan langkah nyata mewujudkan cita-cita negara.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

TOP 10 *GLOBAL ISLAMIC BANK*

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja (*Bank Syariah Indonesia, 2023*).

B. Karakteristik Responden

Untuk memudahkan identifikasi responden, perlu adanya pemahaman mengenai karakteristik mereka. Berikut adalah beberapa gambaran tentang karakteristik yang relevan:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Total	100	100%

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Pada data dalam tabel tersebut, tercatat bahwa responden laki-laki berjumlah 37 orang, dengan persentase 37% dari total, sementara responden yang perempuan berjumlah 63 orang, dengan persentase 63%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<17 – 20 tahun	12	12%
21 – 30 tahun	69	69%
31 - 40 tahun	9	9%
>40 tahun	10	10%
Total	100	100%

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Dalam data pada tabel dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pada kelompok umur <17 – 20 tahun adalah 12 orang dengan persentase sebesar 12%. Jumlah responden yang berusia antara 21 - 30 tahun adalah 69 orang dengan persentase 69%. Ada juga 9 responden berusia antara 31 - 40 tahun, mewakili persentase 9%. Jumlah responden yang berusia di atas 40 tahun adalah 10 orang dengan persentase 10%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Mahasiswa	64	64%
PNS	7	7%
Karyawan BUMN/Swasta	13	13%
Wiraswasta	13	13%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Total	100	100%

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Ada 64 orang dalam data, yaitu 64% dari seluruh responden adalah mahasiswa. Selain itu, sebanyak 7 orang atau 7% berprofesi sebagai PNS, 13 orang atau 13% sebagai karyawan BUMN/Swasta, dan 13 orang atau 13% sebagai wiraswasta. Sementara itu, 3 orang atau 3% dari seluruh responden merupakan ibu rumah.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMA/SMK/Sederajat	62	62%
S1/S2/S3	36	36%
D1/D2/D3	2	2%
Total	100	100%

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa sebanyak 62 individu atau 62% memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK/Sederajat, 36

individu atau 36% memiliki tingkat pendidikan S1/S2/S3, dan sebanyak 2 individu atau 2% memiliki tingkat pendidikan D1/D2/D3.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase (%)
Banjarmasin Barat	25	25%
Banjarmasin Selatan	18	18%
Banjarmasin Tengah	21	21%
Banjarmasin Timur	13	13%
Banjarmasin Utara	23	23%
Total	100	100%

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Pada tabel tersebut, terlihat sebanyak 25 orang, setara dengan 25% dari total responden, berdomisili di Banjarmasin Barat. Selain itu, terdapat 18 orang atau 18% yang berdomisili di Banjarmasin Selatan, 21 orang atau 21% berdomisili di Banjarmasin Tengah, serta 13 orang atau 13% berdomisili di Banjarmasin Timur. Sementara itu, 23 orang atau 23% dari total responden tinggal di Banjarmasin Utara.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Tujuan penjelasan mengenai variabel dalam penelitian ini adalah guna memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik dari setiap variabel yang sedang diselidiki. Proses ini melibatkan analisis terhadap tanggapan yang diberikan oleh responden melalui kuesioner yang mereka isi. Selanjutnya, hasil tanggapan tersebut disajikan dalam bentuk

distribusi frekuensi untuk setiap pernyataan yang terkait dengan variabel yang ada pada penelitian ini.

Keseluruhan tanggapan responden terkait kuesioner yang telah dibagikan bisa dilihat dalam tabel berikut ini:

1. Variabel *Complaint Handling* (X1)

Frekuensi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap variabel *Complaint Handling* (X1) terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6
Ringkasan Jawaban Responden Terhadap Variabel *Complaint Handling*

Item	STS		TS		N		S		SS		Total F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1 Saya merasa Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarsain dapat menjaga komitmen dalam menangani komplain nasabah secara efektif dan efisien.	0	0	4	4	13	13	53	53	30	30	100	100
X1.2 Saya merasa Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin selalu menerapkan asas keadilan	0	0	0	0	8	8	50	50	42	42	100	100

dalam menangani setiap keluhan yang diajukan oleh nasabah.												
X1.3 Saya merasa Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin melakukan transparansi dalam memproses setiap keluhan yang diberikan oleh nasabah.	0	0	2	2	20	20	52	52	26	26	100	100
X1.4 Saya merasa Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin berusaha untuk selalu secepat mungkin dalam menangani keluhan nasabah.	0	0	0	0	10	10	51	51	39	39	100	100
X1.5 Saya merasa Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin telah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam mengajukan keluhan.	0	0	1	1	20	20	53	53	26	26	100	100

Sumber: (Data Kuesioner, 2024)

Berdasarkan data tersebut, sehingga diperoleh beberapa pernyataan berikut ini:

- a. Pada pernyataan X1.1, terdapat 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (13%) menyatakan netral, 53 responden (53%) menyatakan setuju, dan 30 responden (30%) menyatakan sangat setuju.
 - b. Pada pernyataan X1.2, terdapat 8 responden (8%) menyatakan netral, 50 responden (50%) menyatakan setuju, dan 42 responden (42%) menyatakan sangat setuju.
 - c. Pada pernyataan X1.3, terdapat 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju, ada 20 responden (20%) menyatakan netral, 52 responden (52%) menyatakan setuju, dan ada 26 responden (26%) menyatakan sangat setuju.
 - d. Pada pernyataan X1.4, terdapat 10 responden (10%) menyatakan netral, ada 51 responden (51%) menyatakan setuju, dan ada 39 responden (39%) menyatakan sangat setuju.
 - e. Pada pernyataan X1.5 terdapat 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, 20 responden (20%) menyatakan netral, terdapat 53 responden (53%) menyatakan setuju, dan ada 26 responden (26%) menyatakan sangat setuju.
2. Variabel Fitur *Chatbot* (X2)

Dibawah ini tabel mengenai frekuensi jawaban responden mengenai variabel fitur *chatbot* (X2):

Tabel 4.7

Ringkasan Jawaban Responden Terhadap Variabel Fitur *Chatbot*

Item	STS		TS		N		S		SS		Total F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1 Saya mempercayai bahwa fitur <i>chatbot</i> yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang akurat dan tepat.	0	0	0	0	21	21	48	48	31	31	100	100
X2.2 Saya merasa bahwa fitur <i>chatbot</i> yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia merespon pertanyaan dengan cepat dan efisien.	0	0	0	0	19	19	54	54	27	27	100	100
X2.3 Saya merasa mudah berinteraksi dengan fitur <i>chatbot</i> yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia tanpa mengalami kesulitan.	1	1	1	1	11	11	59	59	28	28	100	100
X2.4 Saya merasa bahwa fitur <i>chatbot</i> yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia selalu tersedia saat saya mengaksesnya.	0	0	0	0	13	13	61	61	26	26	100	100

Sumber: (Data Kuesioner, 2024)

Berdasarkan tabel tersebut, pernyataan responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan X2.1, 21 responden (21%) menyatakan netral, 48 responden (48%) menyatakan setuju, dan 31 responden (31%) menyatakan sangat setuju.
 - b. Pada pernyataan X2.2, 19 responden (19%) menyatakan netral, 54 responden (54%) menyatakan setuju, dan 27 responden (27%) menyatakan sangat setuju.
 - c. Pada pernyataan X2.3, 1 responden (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju, 11 responden (11%) menyatakan netral, 59 responden (59%) menyatakan setuju, dan 28 responden (28%) menyatakan sangat setuju.
 - d. Pada pernyataan X2.4, 13 responden (13%) menyatakan netral, 61 responden (61%) menyatakan setuju, dan 26 responden (26%) menyatakan sangat setuju.
3. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Data mengenai preferensi responden terkait kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8

Ringkasan Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah

Item	STS		TS		N		S		SS		Total F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y.1 Saya merasa puas dengan	0	0	2	2	14	14	54	54	30	30	100	100

produk dan pelayanan yang saya terima dari Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin.												
Y.2 Saya merasa harapan saya terpenuhi dengan baik setelah menggunakan produk dan layanan yang telah disediakan.	0	0	0	0	13	13	63	63	24	24	100	100
Y.3 Saya berencana untuk menggunakan kembali produk dan layanan yang disediakan.	0	0	0	0	19	19	62	62	19	19	100	100
Y.4 Saya menyarankan kepada teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan dan fasilitas sangat memuaskan.	0	0	0	0	13	13	60	60	27	27	100	100

Sumber: (Data Kuesioner, 2024)

Berdasarkan tabel tersebut, beberapa pernyataan dapat dijabarkan sebagai berikut::

- a. Pada pernyataan Y.1, 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju, 14 responden (14%) menyatakan netral, 54 responden (54%)

menyatakan setuju, dan 30 responden (30%) menyatakan sangat setuju.

- b. Pada pernyataan Y.2, 13 responden (13%) menyatakan netral, 63 responden (63%) menyatakan setuju, dan 24 responden (24%) menyatakan sangat setuju.
- c. Pada pernyataan Y.3, 19 responden (19%) menyatakan netral, 62 responden (62%) menyatakan setuju, dan 19 responden (19%) menyatakan sangat setuju.
- d. Pada pernyataan Y.4, 13 responden (13%) menyatakan netral, 60 responden (60%) menyatakan setuju, dan 27 responden (27%) menyatakan sangat setuju.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses mengevaluasi sejauh mana suatu kuesioner atau instrumen pengumpulan data benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk tujuan ini, korelasi antara data pertanyaan individu dan total skor kuesioner dihitung. Validitas dinilai dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika angka r hitung lebih besar dari r tabel maka pernyataan dianggap valid. Dalam hal ini $df = n - 2$ pada tingkat signifikansi 0,05. Apabila $df = 100 - 2 = 98$, maka nilai tabel r adalah 0,196.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas

No	Validitas				
	Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Ket.
1	<i>Complaint Handling</i> (X1)	X1.1	0,687	0,196	Valid
		X1.2	0,492	0,196	Valid
		X1.3	0,766	0,196	Valid
		X1.4	0,372	0,196	Valid
		X1.5	0,825	0,196	Valid
2	Fitur <i>Chatbot</i> (X2)	X2.1	0,800	0,196	Valid
		X2.2	0,710	0,196	Valid
		X2.3	0,696	0,196	Valid
		X2.4	0,673	0,196	Valid
3	Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,754	0,196	Valid
		Y.2	0,806	0,196	Valid
		Y.3	0,783	0,196	Valid
		Y.4	0,756	0,196	Valid

Sumber: (Data Kuesioner, 2024)

Dari tabel diatas terlihat bahwa seluruh pernyataan pada variabel mempunyai nilai r lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur kepuasan nasabah.

Apabila hasil pengujian valid, berarti data yang dikumpulkan akurat dan dapat dipercaya, setiap pertanyaan relevan dengan tujuan penelitian, dan hasilnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang tepat. Validitas juga mengurangi

kemungkinan kesalahan dalam pengumpulan data, sehingga hasil penelitian dapat diandalkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk mengukur konsistensi dan kestabilan hasil dari suatu instrumen pengukuran, seperti kuesioner, dalam mengukur suatu variabel. Uji ini memastikan bahwa instrumen memberikan hasil yang sama secara konsisten ketika diulang dalam kondisi yang sama.

Cronbach Alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas, yang menilai konsistensi pernyataan-pernyataan tersebut. Jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel dalam penelitian dianggap reliabel.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1	<i>Complaint Handling (X1)</i>	0,634	0,60	Reliabel
2	Fitur <i>Chatbot (X2)</i>	0,691	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0,774	0,60	Reliabel

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Dari tabel diatas nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti seluruh variabel dalam penelitian ini telah lolos uji reliabilitas.

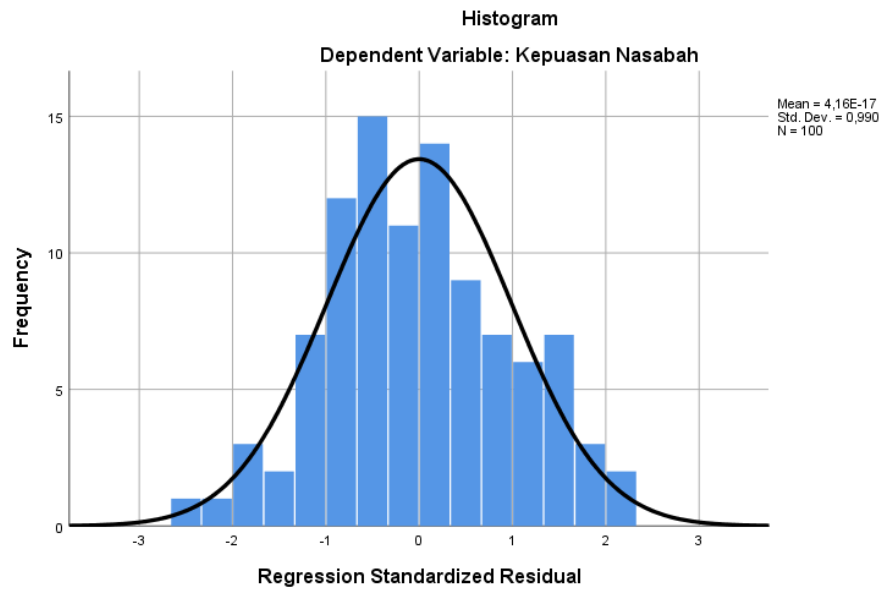
Apabila data reliabel, maka data tersebut konsisten dan stabil, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya dan digunakan untuk membuat keputusan yang akurat. Ini berarti bahwa instrumen pengukuran menghasilkan hasil yang sama setiap kali digunakan dalam situasi yang sama, sehingga meningkatkan keandalan hasil penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah data dalam suatu penelitian terdistribusi secara normal. Apabila data berdistribusi normal, maka artinya data tersebut tersebar secara simetris di sekitar mean (rata-rata) dan membentuk kurva lonceng. Hasil dari pengujian normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

1) Histogram



Gambar 4. 1

Hasil Uji Normalitas

Sumber: (Hasil Uji SPSS, 2024)

Berdasarkan gambar tersebut, histogram menampilkan kurva normal dengan bentuk lonceng sempurna, yang artinya dalam penelitian ini data terdistribusi dengan normal.

2) *Kolmogorov-Smirnov*

Pengujian *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk memenuhi asumsi normalitas. Dasar pengambilan keputusan adalah ketika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika *Asymp. Sig (2-tailed)* $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 11
Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a . b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	1.30049664
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.048
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c . d}

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dari itu dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas merupakan uji statistik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana terdapat ketergantungan atau hubungan yang kuat antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang ideal seharusnya tidak memiliki korelasi yang signifikan antar variabel independen.

Cara yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF. Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai

$Tolerance > 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Complaint Handling</i>	0,745	1,342
	<i>Fitur Chatbot</i>	0,745	1,342

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Hasil uji multikolinearitas memperlihatkan nilai VIF variabel *complaint handling* (X1) dan fitur *chatbot* (X2) sebesar 1,342 kurang dari 10, dan nilai *tolerance* sebesar 0,745 lebih besar dari 0,10. Dapat dikatakan bahwa tidak terdapat bukti multikolinearitas pada penelitian ini karena hasil pengujian sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan antara suatu model regresi dengan yang lainnya. Jika varians residual tidak sama maka hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	1,881	0,812		2,316	0,023
	<i>Complaint Handling</i>	-0,061	0,041	-0,173	-1,488	0,140
	Fitur <i>Chatbot</i>	0,026	0,046	0,064	0,552	0,582

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Dari hasil tabel uji heteroskedastisitas uji Glejser di atas diketahui nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,140 (lebih besar dari 0,05) dan nilai signifikansi variabel X2 sebesar 0,582 (lebih besar dari 0,05). Dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena nilai Sig > 0,05.

Karena tidak ada gejala heteroskedastisitas, berarti varian residual tetap konstan di seluruh pengamatan. Ini bisa disebabkan oleh model yang sesuai, transformasi data yang tepat, dan pemilihan variabel independen yang relevan. Sehingga, estimasi regresi lebih akurat dan hasil analisis lebih dapat diandalkan.

3. Uji Statistik

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis yang dipergunakan dalam menentukan pengaruh satu atau lebih variabel

independen terhadap satu variabel dependen, dengan menjaga agar hubungan tetap linear. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah *Complaint Handling* (X1) dan *Fitur Chatbot* (X2), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah (Y).

Tabel 4. 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	1,146	1,360		0,842	0,402
	<i>Complaint Handling</i>	0,393	0,069	0,442	5,714	0,000
	<i>Fitur Chatbot</i>	0,429	0,078	0,427	5,514	0,000

Sumber: (*Data Kuesioner*, 2024)

Berdasarkan tabel tersebut, ditunjukkan bahwa nilai konstanta (α) adalah 1,146 dan koefisien untuk *Store Atmosphere* (β) adalah 0,393 pada *Complaint Handling* (X1), serta 0,429 pada *Fitur Chatbot* (X2). Dengan demikian, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagaimana dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan nasabah
- α = Nilai konstanta
- X1 = *Complaint Handling*
- X2 = *Fitur chatbot*

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien garis regresi
 e = Error

Maka didapatkan persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 1,146 + 0,393X_1 + 0,429X_2 + e$$

- 1) Konstanta persamaan regresi (α) bernilai 1,146 yang berarti positif menyatakan bahwa jika variabel *Complaint Handling* (X_1) dan Fitur *Chatbot* menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).
- 2) *Complaint Handling* (X_1) memiliki koefisien regresi dengan nilai 0,393 yang menyatakan bahwa variabel *complaint handling* ini mengalami peningkatan, sehingga variabel kepuasan nasabah juga meningkat sebanyak 0,393 atau 39,3 %. Variabel *complaint handling* ini berpengaruh positif, sehingga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
- 3) Fitur *Chatbot* (X_2) memiliki koefisien regresi dengan nilai 0,429 yang menyatakan bahwa variabel fitur *chatbot* ini mengalami peningkatan, sehingga variabel kepuasan nasabah juga meningkat sebanyak 0,429 atau 42,9 %. Variabel fitur *chatbot* ini berpengaruh positif, sehingga akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (T)

Uji T adalah pengujian statistik yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara parsial yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y. Kriteria pengujian dalam menentukan keputusan hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan $df = n - k$ sehingga didapat nilai t tabel sebesar 1,984.

Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 4. 15

Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	1,146	1,360		0,842	0,402
<i>Complaint Handling</i>	0,393	0,069	0,442	5,714	0,000
Fitur <i>Chatbot</i>	0,429	0,078	0,427	5,514	0,000

Sumber: (*Data Kuesioner*, 2024)

Pengujian hipotesis pada variabel *Complaint Handling* (X1) dan Fitur *Chatbot* (X2) berdasarkan tabel diatas:

1) Uji Hipotesis *Complaint Handling*

Nilai T_{hitung} dari variabel *Complaint Handling* adalah 5,714 yang lebih besar dari T_{tabel} yaitu 1,984, dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Complaint Handling* (X1) pengaruhnya signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

2) Uji Hipotesis Fitur *Chatbot*

Nilai T_{hitung} untuk variabel Fitur *Chatbot* sebesar 5,514 lebih besar dari T_{tabel} yaitu sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Jadi H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Fitur *Chatbot* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan atau uji F adalah suatu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk menentukan apakah sekumpulan variabel independen (X) secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini, tingkat signifikansi yang diterapkan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = k; (n-k). Hasil pengujian menunjukkan nilai F tabel sebesar 3,09.

Ho ditolak dan Ha diterima apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($Sig < 0,05$), sedangkan Ho diterima dan Ha ditolak apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} ($Sig > 0,05$).

Tabel 4. 16
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219,872	2	109,936	63,688	0,000 ^b
	Residual	167,438	97	1,726		
	Total	387,310	99			

Sumber: (*Data Kuesioner, 2024*)

Berdasarkan tabel hasil di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} 63,688 lebih besar dari F_{tabel} ($63,688 > 3,09$). Oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha diterima. Ini menjelaskan bahwa *complaint handling* dan fitur *chatbot* secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah..

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan pangujian statistik untuk menilai sejauh mana model bisa menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang antara nol (0) hingga satu (1).

Tabel 4. 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,753 ^a	0,568	0,559	1,31384

Sumber: (*Data Kuesioner*, 2024)

Diketahui bahwa pada tabel tersebut nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) adalah 0,559, yang berarti variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) sebesar 55,9%. Sementara sisanya 44,1% (100% - 55,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

E. Analisis Data

Secara rinci, pembahasan tentang variabel-variabel tersebut dipaparkan dalam uraian di bawah ini:

1. Pengaruh *Complaint Handling* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banjarmasin

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (T) menunjukkan bahwa variabel *complaint handling* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Banjarmasin. Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} variabel *complaint handling* lebih besar dari T_{tabel} ($5,714 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Karena H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat

dikatakan bahwa *complaint handling* berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Persamaan uji regresi linier berganda memperlihatkan bahwa variabel *complaint handling* mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,393 yang berarti kepuasan nasabah meningkat sebesar satu satuan ketika *complaint handling* meningkat sebesar 0,393.

Keluhan konsumen merupakan bentuk komunikasi pengungkapan perasaan konsumen yang muncul dari perasaan tidak puas terhadap produk atau jasa (Kotler & Philip, 2012). *Complaint Handling* adalah tanggapan yang diberikan oleh perusahaan terhadap ketidakpuasan yang dinyatakan oleh pelanggan dan diwujudkan melalui tindakan penanganan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Penanganan keluhan yang baik akan memastikan bahwa masalah yang dihadapi oleh pelanggan tidak terulang pada periode selanjutnya (Putra, 2021).

Ketika bank merespons keluhan nasabah dengan cepat dan efektif, hal tersebut akan memperkuat hubungan yang baik dengan nasabah. Dengan demikian, *Complaint Handling* yang baik tidak hanya mengurangi tingkat ketidakpuasan, tetapi juga memperkuat hubungan antara bank syariah dan nasabahnya, serta memperkuat posisi bank di pasar.

Hasil penelitian ini sesuai berdasarkan penelitian yang sudah dihasilkan oleh (Wahyuni & Yahya, 2023) bahwa penanganan

komplain (*Complaint Handling*) positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Andayani & Anggraini, 2023) memperoleh hasil bahwa *complaint handling* secara signifikan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan.

Diantara kedua penelitian terdahulu tersebut terdapat perbedaan dalam hasil terkait variabel *complaint handling*. Untuk hasil temuan yang didapatkan oleh peneliti sendiri dihasilkan bahwa *complaint handling* secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarmasin.

Oleh karenanya, Bank Syariah Indonesia harus mengoptimalkan sistem *complaint handling* dengan langkah-langkah strategis. Bank perlu memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan cepat dan profesional, memberikan solusi yang memuaskan, dan menindaklanjuti keluhan untuk memastikan tidak ada masalah yang terulang. Ini mencakup pelatihan karyawan untuk menangani keluhan dengan cepat dan efektif, pengembangan prosedur standar untuk menangani berbagai jenis keluhan, serta penggunaan teknologi untuk memantau dan menanggapi keluhan secara *real-time*.

Selain itu, bank harus membuka berbagai saluran komunikasi yang mudah diakses oleh nasabah, termasuk layanan pelanggan yang responsif dan platform digital yang *user-friendly*. Dengan

mengimplementasikan langkah-langkah ini, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah, serta memperkuat reputasinya di pasar perbankan syariah.

2. Pengaruh Penggunaan Fitur *Chatbot* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (T), variabel fitur *chatbot* secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Banjarmasin. Terbukti melalui hasil regresi yang memperlihatkan nilai T_{hitung} untuk variabel fitur *chatbot* lebih tinggi dari T_{tabel} ($5,514 > 1,984$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya fitur *chatbot* mempengaruhi kepuasan nasabah.

Menurut hasil uji statistik, persamaan regresi linear berganda mengindikasikan bahwa variabel fitur *chatbot* memiliki koefisien regresi positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,429. Ini berarti, jika fitur *chatbot* meningkat satu satuan, maka kepuasan nasabah juga akan naik sebesar 0,429.

Menurut S. Sannikova *chatbot* adalah program komputer, yang mensimulasikan percakapan manusia, atau chatting, melalui kecerdasan buatan (Adam Arif dkk., 2021). Dalam layanan Bank Syariah Indonesia, *chatbot* yang dimaksud adalah *Chatbot Aisyah* yang terdapat pada layanan *BSI Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adinda Lia Salsabilla, 2023) dan (Mulyono & Sfenrianto, 2022) bahwa kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh penggunaan fitur *chatbot*. Hal ini berarti, hadirnya *chatbot* pada layanan Bank Syariah Indonesia mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Chatbot memastikan nasabah menerima jawaban yang akurat dan relevan sesuai dengan pertanyaan atau kebutuhan mereka. Waktu respon yang cepat dari *chatbot* juga memungkinkan nasabah untuk segera mendapatkan balasan yang diinginkan. Selain itu, ketersediaan sistem yang tinggi memastikan bahwa *chatbot* selalu siap digunakan oleh nasabah kapan pun diperlukan, sehingga meningkatkan keandalan dan kenyamanan layanan Bank Syariah Indonesia.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui penggunaan fitur *chatbot*, Bank Syariah Indonesia harus terus mengembangkan dan mengoptimalkan kinerja *Chatbot* Aisyah. Langkah-langkah yang dapat diambil termasuk memperbarui algoritma kecerdasan buatan untuk meningkatkan akurasi dan relevansi tanggapan, serta menambah kemampuan *chatbot* untuk menangani berbagai jenis pertanyaan dan masalah yang lebih kompleks.

Selain itu, bank harus memastikan bahwa *chatbot* tersedia sepanjang waktu dengan ketersediaan sistem yang tinggi dan respons yang cepat. Melakukan pelatihan rutin dan pembaruan pada database *chatbot* sangat penting untuk memastikan bahwa *chatbot* selalu

menyediakan informasi terkini dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan demikian, *chatbot* dapat menjadi alat yang andal dan efisien dalam mendukung layanan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia.

3. Pengaruh *Handling Complaint* Dan Penggunaan Fitur *Chatbot* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Banjarmasin

Pada pengujian secara simultan diperlihatkan variabel *complaint handling* (X1) dan fitur *chatbot* (X2) secara bersamaan memengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Banjarmasin. Probabilitas F yang lebih rendah daripada tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) serta nilai F_{hitung} yang lebih tinggi daripada F_{tabel} ($63,688 > 3,09$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti, *complaint handling* dan fitur *chatbot* secara bersamaan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka (Kotler & Philip, 2012). Kepuasan nasabah merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks ini, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perbedaan antara harapan nasabah dengan situasi atau kinerja perbankan dalam usaha memenuhi harapan tersebut (Wulandari, 2021).

Hasil penelitian ini merupakan pembaruan atas penelitian-penelitian sebelumnya, di mana belum ada yang menggabungkan *complaint handling* dan fitur *chatbot* dalam konteks kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Kedua variabel ini memiliki keterkaitan satu sama lain dan mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *complaint handling* dan fitur *chatbot* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti nasabah merasa bahwa *complaint handling* dan penggunaan fitur *chatbot* memberikan hasil yang memuaskan setelah diterapkan. Temuan ini memberikan wawasan baru mengenai bagaimana kombinasi *complaint handling* yang efektif dan pemanfaatan teknologi *chatbot* dalam perbankan syariah dapat secara keseluruhan meningkatkan kepuasan nasabah.

Untuk memastikan keduanya berjalan beriringan dan seimbang, Bank Syariah Indonesia perlu mengintegrasikan sistem *complaint handling* dengan fitur *chatbot*. Ini dapat dilakukan dengan memperbarui *chatbot* agar dapat menangani keluhan sederhana secara otomatis dan efisien, sementara keluhan yang lebih kompleks dapat diarahkan langsung ke staf yang kompeten. Selain itu, penting untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari interaksi *chatbot* dan keluhan nasabah untuk menemukan area yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, bank dapat memastikan bahwa keduanya saling

melengkapi dan berkontribusi secara optimal terhadap peningkatan kepuasan nasabah.